

KARAKTERISTIK PASAR KAGET DI KORIDOR BY PASS KOTA PADANG

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (SI)*



OLEH:
RIA SUSANTI
89133/2007

PROGRAM PENDIDIKAN GEOGRAFI

**JURUSAN PENDIDIKAN GEOGRAFI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2012**

ABSTRAK

Ria Susanti. (2012): Karakteristik Pasar Kaget di Koridor By Pass Kota Padang. Skripsi, Jurusan Geografi FIS UNP Padang, 2012

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi, menganalisa dan mendeskripsikan data tentang karakteristik pasar kaget di koridor By Pass Kota Padang dilihat dari: (1) waktu operasi, 2) jenis barang yang dijual, 3) tingkat pendapatan dan 4) alasan pemilihan lokasi.

Penelitian ini merupakan penelitian bersifat kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara. Untuk menjawab masalah ini digunakan data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui observasi, wawancara, diskusi dengan informan dan foto-foto yang diambil di lapangan, sedangkan data sekunder didapatkan dari pihak-pihak terkait.

Hasil Penelitian menunjukkan: (1) Waktu operasi pasar kaget di koridor By Pass Padang berkisar antara pukul 4 sore sampai pukul 11 malam, (2) Jenis barang yang dijual di pasar kaget koridor By Pass Padang umumnya barang untuk kebutuhan tersier berupa pakaian, celana, sepatu, sandal, tas, kaset dan aksesoris (dompet, ikat pinggang, jam dan kaca mata), (3) Tingkat pendapatan pedagang pasar kaget di koridor By Pass berkisar antara Rp 100.000 – Rp 200.000/hari dan (4) Alasan pedagang memilih lokasi pasar kaget di koridor By Pass ini adalah lokasi strategis, dekat dengan rumah dan akses transportasi lancar dari semua arah.

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, selawat dan salam atas nabi Muhammad SAW, karena atas Ridhonya jualah pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Karakteristik Pasar Kaget di Koridor By Pass Kota Padang”**. Adapun tujuan penelitian Skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan, Pada Studi Pendidikan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapatkan sumbangan pikiran, bimbingan dan saran dari berbagai pihak. Karena itulah pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Yurni Suasti, M.Si sebagai pembimbing I, dan Bapak Drs. Bakaruddin, M.S sebagai pembimbing II, yang telah memberikan perhatian, bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ketua dan Sekretaris Jurusan Geografi beserta Staf dosen yang telah membantu kami dalam perkuliahan hingga menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
3. Saudara dan saudari yang telah memberikan informasi yang sangat berharga dalam penulisan skripsi ini.

4. Buat rekan-rekan seangkatan yang senasib dan seperjuangan dengan penulis yang tidak disebutkan namanya satu persatu.

Semoga bantuan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis semoga diterima amal ibadahnya oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari segala kekurangan untuk itu penulis mengharapkan saran dan masukan dari semua pihak guna kesempurnaan skripsi ini. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Padang, September 2012

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	6
B. Penelitian yang Relevan	19
C. Kerangka Konseptual	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	23
B. Setting Penelitian	23
C. Informan Penelitian	24
D. Tahap-tahap Penelitian	24
E. Jenis data, Sumber Data, Alat Pengumpulan Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	25

F. Kriteria dan Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	27
G. Teknik Analisa Data.....	28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Daerah Penelitian.....	30
B. Temuan Khusus.....	33
C. Pembahasan	44

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	49
B. Saran.....	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
Tabel IV.1 Jumlah Penduduk Kota Padang Menurut Kecamatan	32
Tabel IV.1 Pasar Tradisional menurut Lokasi dan Pengelola di Kota Padang	
Tahun 2010	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
Lampiran 1. Panduan Wawancara	53
Lampiran 2. Informan Penelitian.....	54
Lampiran 3.dokumentasi Penelitian	55
Lampiran 4. Display Data	59
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keterpurukan ekonomi bangsa Indonesia pada saat ini sangat dirasakan oleh semua pihak dari kalangan pengusaha maupun kalangan dunia usaha. Keterpurukan ekonomi juga mengakibatkan bertambahnya tingkat pengangguran dan tingkat kemiskinan. Kondisi ini membuat masyarakat harus bisa membuat lapangan pekerjaan sendiri, dimana hal ini juga harus didorong oleh keahlian khusus yang mampu menunjang dan mengembangkan usaha tersebut.

Perekonomian di kebanyakan negara berkembang bahkan di beberapa negara maju adalah fenomena jumlah dan tingginya peningkatan penduduk yang bekerja di sektor informal. Hal ini didorong oleh tingkat urbanisasi yang tinggi dimana penawaran pasar tenaga kerja mampu direspon oleh permintaan tenaga kerja sektor informal. Pengelompokkan definisi formal dan informal menurut Hendri Saparini dan M. Chatib Basri dari Universitas Indonesia menyebutkan bahwa tenaga kerja sektor informal adalah tenaga kerja yang bekerja pada segala jenis pekerjaan tanpa ada perlindungan negara dan atas usaha tersebut tidak dikenakan pajak.

Definisi lainnya adalah segala jenis pekerjaan yang tidak menghasilkan pendapatan yang tetap, tempat pekerjaan yang tidak terdapat keamanan kerja (*job security*), tempat bekerja yang tidak ada status permanen atas pekerjaan tersebut dan unit usaha atau lembaga yang tidak berbadan hukum. Sedangkan

ciri-ciri kegiatan informal adalah mudah masuk, artinya setiap orang dapat kapan saja masuk ke jenis usaha informal ini, bersandar pada sumber daya lokal, biasanya usaha milik keluarga, operasi skala kecil, padat karya, keterampilan diperoleh dari luar sistem formal sekolah, tidak diatur dan pasar yang kompetitif. Contoh dari jenis kegiatan sektor informal antara lain pedagang kaki lima (PKL), becak, penata parkir, pengamen dan anak jalanan, pedagang pasar, buruh tani dan lainnya.(www.wikipedia)

Pada mulanya manusia mengadakan pembagian kerja yang mencakup diferensiasi kegiatan pemenuhan kebutuhan dalam kondisi-kondisi tertentu. Manusia cenderung untuk senantiasa mengembangkan aspek-aspek kehidupannya sampai mencapai suatu derajat kepuasan. Kemampuan manusia untuk melakukan hal itu kadang-kadang menutupi kenyataan, bahwa mungkin manusia menghadapi masalah-masalah dasar yang harus dihadapinya, apabila ingin mempertahankan eksistensinya (Soekanto dalam Sari,2007).

Pasar secara harfiah berarti tempat berkumpul antara penjual dan pembeli untuk tukar menukar barang, atau jual beli barang. Pasar yang berfungsi sebagai suatu cara untuk mengorganisasikan produk-produk ketik temu dengan para konsumen yang membutuhkannya, jadi pasar timbul dan terjadi untuk beredarnya baik faktor produksi (sumber alam, tenaga kerja, modal, dan keahlian) maupun barang dan jasa (komoditi) siap pakai.

Pasar secara umum adalah tempat terjadinya kegiatan-kegiatan ekonomi dimana terjadi interaksi berbagai individu. Pasar sebagai pusat kunjungan

masyarakat selalu berkembang seiring dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat. Sumatera Barat saat ini mengalami pertumbuhan penduduk yang tinggi pada laju 2% per tahun, dengan demikian penduduk kota Padang mengalami peningkatan. Pertumbuhan penduduk kota Padang juga memicu munculnya sektor informal dalam kegiatan perekonomian. Sektor informal tidak hanya mendatangkan hal-hal negatif tetapi juga hal-hal positif.

Sektor informal merupakan sektor andalan dalam pertumbuhan ekonomi terutama ekonomi perkotaan, hal ini terjadi karena terdapatnya kemudahan-kemudahan pada sektor informal antara lain yaitu, tidak memerlukan pendidikan tinggi dan modal tertentu. Studi mengenai sektor informal pada awalnya diprakarsai oleh Khat Hart yang melakukan penelitian di Ghana, Afrika. Hart mengemukakan bahwa penghasilan penduduk di kota dapat dibagi dalam 3 kelompok yaitu, kelompok formal, sah dan tidak sah. (Damsar, 1997). Kategori tersebut didasarkan atas tingkat pendapatan, keteraturan kerja, curahan waktu dan status hukum. Selanjutnya prakarsa Hart di kembangkan oleh Organisasi Buruh sedunia (ILO) melalui berbagai penelitian di negara-negara berkembang. Perkembangan sektor informal seiring dengan pertumbuhan penduduk kota yang tinggi begitu juga halnya dengan kota Padang.

Salah satu kawasan yang mengalami pertumbuhan sektor informal adalah koridor By Pass Kota Padang. Kawasan koridor By Pass membentang dari utara sampai ke selatan Kota Padang, dengan panjang lebih kurang 25 km. Pertumbuhan sektor informal mengalami perkembangan yang pesat

seiring dengan terjadinya eksodus masyarakat ke arah By Pass sehingga kawasan tersebut menjadi ramai dan aktivitas ekonomi mengalami peningkatan.

Kegiatan ekonomi pada sektor informal salah satunya adalah adanya pasar kaget yang berada di kawasan koridor By Pass kota Padang. Pasar kaget ini muncul untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang berada di kawasan koridor By Pass. Secara resmi, kawasan koridor By Pass tidak memiliki pasar, padahal tingkat kebutuhan masyarakat di kawasan tersebut cukup tinggi. Keberadaan pasar kaget di kawasan ini ternyata ditanggapi secara positif oleh masyarakat yang tinggal di kawasan koridor By Pass, terlihat dari banyaknya masyarakat yang mengunjungi pasar kaget yang ada di koridor By Pass Kota Padang.

Hasil observasi awal penulis keberadaan pasar kaget yang terdapat di koridor By Pass kota Padang tidak seperti yang dilihat sekarang, dimana dulunya terdapat beberapa pedagang saja dan cara menggelar dagangannya lebih sederhana dengan mendirikan tenda kecil yang dibangun di perempatan lampu merah, tetapi pasca gempa 30 September 2009 dan kondisi pasaraya Padang yang belum kondusif bermunculan pasar kaget baru dengan jumlah pedagang lebih banyak dan jenis barang dagangan beragam.

Dari uraian diatas pasar Kaget tumbuh dan berkembang di koridor By Pass kota Padang maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Karakteristik Pasar Kaget di Koridor By Pass Kota Padang”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka karakteristik pasar kaget di koridor By Pass Kota Padang meliputi: 1) Waktu operasi pasar kaget, 2) jenis barang yang dijual, 3) tingkat pendapatan pedagang pasar kaget dan 4) alasan pemilihan lokasi pasar kaget.

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik pasar kaget meliputi:

1. Waktu operasi pasar kaget di koridor By Pass Kota Padang.
2. Jenis barang yang dijual di pasar kaget di koridor By Pass Kota Padang.
3. Tingkat Pendapatan pedagang pasar kaget di koridor By Pass kota Padang
4. Alasan pemilihan lokasi pasar kaget di koridor By Pass Kota Padang.

D. Manfaat Penelitian

1. Sebagai salah satu syarat bagi peneliti dalam menyelesaikan studi Strata Satu (S-1) pada Jurusan Pendidikan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.
2. Sebagai informasi bagi masyarakat dan pemerintah kota Padang.
3. Untuk menambah pengetahuan peneliti dan masukan bagi peneliti lain yang ingin menindak lanjuti penelitian ini.

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Kajian Teori

1. Karakteristik

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, karakteristik berarti ciri-ciri atau karakter-karakter dari suatu benda, hal, peristiwa dan fenomena-fenomena yang terjadi. Karakteristik adalah ciri-ciri khusus yang harus dimiliki seseorang (Shadily, 1989).

2. Koridor

Koridor jalan merupakan suatu lorong ataupun penggal jalan yang menghubungkan satu kawasan dengan kawasan lain dan menpunyai batasan fisik satu lapis bangunan dari jalan. Dalam koridor jalan terdapat jalur pejalan kaki atau pedestrian yang terletak disisi kanan dan kiri jalan yang berfungsi sebagai jalur untuk berjalan kaki. Jalur pejalan kaki atau pedestrian ways tidak bisa lepas dari karakteristik aktifitas atau fungsi guna lahan dan bangunan yang ada di atasnya serta faktor kelengkapan dan kondisi elemen-elemen pendukung (street furniture).

3. Tinjauan Tentang Pasar

a. Pengertian Pasar

Dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23/MPP/KEP/1998 tentang lembaga-lembaga usaha perdagangan pasar didefinisikan sebagai tempat bertemunya pihak penjual dan pembeli

untuk melaksanakan transaksi dimana proses jual beli terbentuk. Pasar adalah tempat bertemunya calon penjual dan calon pembeli barang dan jasa (www.wikipedia).

Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern, menyatakan bahwa pasar tradisional wajib memenuhi persyaratan adanya yaitu, (1) Kios atau los, (2) Jalan dan gang (3) Saluran dan pembuangan air, (4) Bak tempat pembuangan sampah, (5) Kantor Pasar, (6) Toilet, (7) Penyediaan air bersih, (8) Halaman dan tempat parkir kendaraan, (9) Penyediaan Instalasi Listrik, (10) Hidrant, (11) Pos keamanan pasar, (12) Tempat tera ulang, (13) Taman dan penghijauan.

Menurut Kotler dalam Oktaria (2011) terdapat lima tipe pasar yaitu (1) pasar darurat, (2) pasar lingkungan, (3) pasar kecamatan, (4) pasar kota, dan (5) pasar regional. Komponen utama yang membentuk aktivitas di pasar dapat dibedakan atas pedagang dan pembeli. Pedagang dibedakan atas 3 golongan yaitu (1) pedagang professional, yaitu perdagangan sebagai sumber utama pendapatan dan satu-satunya sumber ekonomi bagi keluarganya, (2) pedagang semi professional, pedagang yang melakukan aktivitas perdagangan untuk memperoleh uang tetapi pendapatan dari hasil perdagangan tersebut merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga, (3) pedagang semu yaitu, orang yang melakukan

perdagangan didasarkan karena hobi atau mendapatkan suasana baru atau untuk mengisi waktu luang.

Pembeli digolongkan kedalam 3 golongan, yakni (1) pengunjung, yaitu pengunjung pasar namun tidak memiliki tujuan atau motivasi untuk membeli, hanya menghabiskan waktu luang (2) pembeli, yaitu pengunjung pasar yang memiliki tujuan untuk membeli barang atau produk (3) pelanggan, yaitu pengunjung pasar dimana mereka memiliki tujuan pasti dimana tempat membeli (Damsar, 1997).

b. Ciri-ciri pasar

Ciri – ciri dari pasar modern dan pasar tradisional

Pasar modern: Bersih, rapi, harganya lebih mahal, pelayanannya yang baik, menempati sebuah bangunan yang besar, tidak berpapasan langsung dengan pemiliknya.

Pasar tradisional: kotor, tidak teratur, harga yang relatif lebih murah, berpapasan langsung dengan pemilik/penjual barang dagangan.

c. Jenis-jenis pasar

- 1) Menurut bentuk kegiatannya pasar dibagi menjadi 2 yaitu pasar nyata (konkret) dan pasar tidak nyata (abstrak).
 - a) Pasar konkret adalah pasar yang lokasinya dapat dilihat dengan kasat mata. Misalnya ada los-los, toko-toko dan lain-lain. Di pasar konkret, produk yang dijual dan dibeli juga dapat dilihat dengan kasat mata. Konsumen dan produsen juga dapat dengan mudah dibedakan. Contoh pasar tradisional dan pasar swalayan.

- b) Pasar abstrak adalah pasar yang lokasinya tidak dapat dilihat dengan kasat mata.konsumen dan produsen tidak bertemu secara langsung.Biasanya dapat melalui internet, pemesanan telepon dan lain-lain. Barang yang diperjual belikan tidak dapat dilihat dengan kasat mata, tapi pada umumnya melalui brosur, rekomendasi dan lain-lain. Kita juga tidak dapat melihat konsumen dan produsen bersamaan, atau bisa dikatakan sulit membedakan produsen dan konsumen sekaligus. (*www.wikipedia*).
- 2) Jenis pasar menurut cara transaksinya jenis pasar dibedakan menjadi pasar tradisional dan pasar modern.
- a) Pasar tradisional adalah pasar yang bersifat tradisional dimana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar menawar secara langsung. Barang-barang yang diperjual belikan adalah barang yang berupa barang kebutuhan pokok. Dalam Keputusan Mentri Perindustrian dan perdagangan Nomor 23/MPP/KEP/1998 tentang lembaga-lembaga usaha perdagangan pasar tradisional adalah pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, koperasi, atau swadaya masyarakat dengan tempat usaha berupa toko , kios, los dan tenda yang dimiliki atau yang dikelola oleh pedagang kecil dan menengah atau koperasi dengan usaha skala kecil dan modal kecil dengan proses jual beli melalui tawar menawar.

Departemen Koperasi dan Usaha Kecil Menengah mendefenisikan pasar tradisional sebagai, yang bentuk bangunannya relatif sederhana, dengan suasana yang relatif kurang menyenangkan (ruang dan tempat uasaha sempit) penerangan kurang baik. Barang-barang yang diperdagangkan adalah barang kebutuhan sehari-hari dengan mutu barang yang kurang diperhatikan, harga barang relatif murah dan cara pembeliannya dengan sistem tawar menawar. Para pedagangnya adalah golongan ekonomi lemah dan cara berdagangnya kurang profesional.

- b) Pasar modern adalah pasar yang bersifat modern dimana barang-barang diperjual belikan dengan harga pas dan dengan layanan sendiri. Tempat berlangsungnya pasar ini adalah di mal, plaza, dan tempat-tempat modern lainnya. Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga.

d. Jenis pasar menurut waktunya dapat dibedakan menjadi empat

1) Pasar Harian

Yaitu tempat pertemuan penjual dan pembeli yang berlangsung setiap hari.

2) Pasar Mingguan

Yaitu tempat pertemuan penjual dan pembeli yang berlangsung sekali dalam seminggu

3) Pasar Bulanan

Yaitu tempat bertemunya penjual dan pembeli sekali dalam sebulan

4) Pasar Tahunan

Tempat bertemunya penjual dan pembeli yang terjadi sekali dalam setahun. Contohnya Jakarta Fair, Surabaya fair, Tokyo Fair dan lain-lain.

e. Pasar Kaget

Pasar kaget merupakan pasar yang seharusnya tidak pernah ada dan tidak pernah didirikan oleh pemerintah kota Padang. Pasar kaget merupakan pasar hasil rekayasa para pedagang dan sekarang menjadi permasalahan lingkungan yang sedang dihadapi pemerintah kota Padang. Pedagang pasar kaget tidak pernah diberi izin untuk menggelar dagangan di sepanjang pinggiran jalan, artinya keberadaan pasar kaget merupakan suatu hal yang bertentangan dengan peraturan. Namun pada kenyataannya mereka tetap bertahan dengan kondisi tersebut (Syerli, 2009).

Pasar kaget merupakan pasar tidak resmi karena pemerintah kota Padang tidak pernah mengizinkan pedagang untuk menggelar dagangnya pada areal tersebut. karena pedagang pada pasar kaget ini menggunakan sebagian badan jalan untuk berjualan yaitu tepatnya pada sepanjang jalan by pass. Menurut Kasie Bidang Pengelolaan Pasar Padang, tidak ada data resmi yang menyebutkan gambaran umum dari pasar kaget di Kota Padang.

Berdasarkan observasi awal ditemukan bahwa, walapun istilah pasar kaget berasal dari bahasa Betawi namun masyarakat Padang telah terbiasa menggunakan istilah kaget ini untuk pasar ini dan sudah menjadi bahasa sehari-hari yang menggambarkan situasi dan kondisi pasar. Pasar kageti di Koridor By Pass Kota Padang merupakan pasar yang terdiri dari pedagang kaki lima yang berdagang menjual berbagai macam barang kebutuhan, memakai badan jalan. Jadi dapat disimpulkan bahwa pasar kaget merupakan pasar yang tidak resmi yang pengadaannya merupakan inisiatif dari pedagang.

4. Jam Kerja

Simanjuntak (1985) mengatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan keluarga adalah tergantung pada tinggi rendahnya jam kerja seseorang dalam bekerja maka pendapatan akan semakin meningkat.

Kriteria yang digunakan adalah:

- a. Tidak ada jam kerja 0 jam/ hari
- b. Jam kerja ringan 3jam/ hari
- c. Jam kerja sedang 6jam/ hari
- d. Jam kerja berat 12 jam/ hari

Jam kerja merupakan waktu yang digunakan oleh seseorang melakukan pekerjaan sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya, lama bekerja akan menentukan besar kecilnya pendapatan yang diperoleh kepala keluarga yang bekerja sebagai pedagang kaki lima. Para pedagang yang mempunyai banyak jam kerja memperoleh pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pedagang kaki lima yang jumlah jam kerjanya sedikit, waktu kerja merupakan serangkaian waktu yang di gunakan mulai dari melakukan kegiatan sampai akhir kegiatan (Zelin dalam Mawarti, 2010).

Sayogya (1983) mengatakan bahwa waktu bekerja rata-rata dalam setiap individu memiliki waktu yang berbeda sesuai dengan waktu yang ada. Waktu kerja dapat digunakan melakukan kegiatan untuk menentukan atau menetapkan gaji yang diterima oleh karyawan dalam perusahaan.

Dari teori tentang jam kerja di atas dapat disimpulkan bahwa jam kerja merupakan totalitas waktu yang digunakan untuk melakukan sesuatu usaha sesuai kemampuan yang ada. Jam kerja yang cukup memadai akan dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap peningkatan

pendapatan jam kerja tersebut yang di deteksi dari aspek jam kerja yang efektif dan waktu luang yang ada.

5. Jenis Barang yang di Jual

Volume barang suatu pasar merupakan barang-barang yang dapat dikonsumsi oleh pembeli. Artinya barang-barang yang dibeli untuk dikonsumsi didasarkan atas kebiasaan membeli dari konsumen. Barang konsumsi adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan individu dan rumah tangga.

Menurut (Assauri, 2010) barang konsumsi dapat diklasifikasikan menjadi tiga golongan yaitu, (1) barang konvenien, merupakan barang yang pada umumnya memiliki frekwensi pembelian tinggi (sering dibeli), dibutuhkan dalam waktu yang segera dan memerlukan usaha yang minimum, contoh sabun, makanan dan lain-lain (2) barang *shopping*, merupakan barang yang ingin dibeli oleh konsumen dengan usaha-usaha yang membutuhkan waktu untuk membanding-bandingkan satu macam atau merek barang dengan merek barang lainnya dalam hal kualitas, harga dan gaya. Contohnya adalah bahan pakaian, pakaian jadi, sepatu, jam tangan dan alat-alat rumah tangga. (3) barang spesial, merupakan barang yang mempunyai ciri khas dan hanya dapat dibeli di tempat tertentu saja. Contohnya lukisan dari pelukis ternama, penjahit yang ternama, salon tertentu, minyak wangi yang mahal, permata yang mahal dan jam tangan yang ternama.

Menurut Cristaller (dalam Tarigan, 2005:79) jenis barang dapat dikelompokan atas empat kelompok yaitu: (1) kelompok satu yaitu, barang

kebutuhan sehari-hari seperti teh, gula, kopi, garam, ikan dan sayur-sayuran (2) kelompok dua yaitu, barang yang rata-rata dibeli setiap tiga bulan sekali seperti sandal, sepatu, perabotan rumah tangga dan sebagainya (3) kelompok tiga yaitu, barang yang rata-rata dibeli satu tahun sekali seperti televisi, meja, kursi dan sebagainya (4) kelompok empat yaitu, barang yang dibeli rata-rata juga sekali satu tahun tapi harganya mahal atau barang mewah seperti emas.

6. Tingkat Pendapatan

Sheraden (2006:23) menyatakan pendapatan merupakan semuan uang yang masuk dalam sebuah rumah tangga atau unit terkecil lainnya dalam suatu masa tertentu. Ini disebut sebagai arus mengalirnya (*flow*) uang. Pendapatan seseorang bisa didapat dari tiga sumber utama: perusahaan, aset, dan santunan (*transfer*).

Pendapatan adalah merupakan sumber dasar bagi keluarga untuk menentukan tingkat pengeluaran, dimana tingkat pengeluaran tiap-tiap keluarga itu akan berbeda-beda. Pada tingkat pendapatan yang amat rendah umumnya keluarga itu hampir menghabiskan semua pendapatan untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian dan perumahan, pola ini masih terus diikuti dengan peningkatan pendapatan. Apabila pendapatan mereka meningkat boleh jadi mereka akan membelikan sejumlah besar kebutuhan dengan kualitas yang lebih baik.

Pendapatan menurut Munawaroh dalam Firna (2007 :23) adalah nilai ekonomi yang diterima suatu kepala rumah tangga selama tempo tertentu, misalnya satu bulan yang dapat digunakan kepala rumah tangga berupa

konsumsi dan dapat pula berupa investasi. Dalam Ensiklopedi yang disusun oleh Sahidily (1986: 11) dinyatakan bahwa pendapatan seseorang diartikan sebagai jumlah uang atau barang yang diterima sebagai kerja yang dilakukan. Biro Pusat Statistik merinci pendapatan menjadi dua yaitu pendapatan berupa uang adalah segala penghasilan berupa uang yang sifatnya reguler dan yang diterima biasanya sebagai balas jasa dan pendapatan berupa barang adalah segala penghasilan yang sifatnya reguler dan biasa akan tetapi diterima dalam bentuk barang.

Pendapatan atau penerimaan rumah tangga yaitu apa saja yang diterima baik berupa barang maupun uang dinamakan penghasilan rumah tangga, sedangkan penghasilan itu adalah seluruh penerimaan dari kelas jasa untuk proses produksi, selanjutnya tabungan adalah seluruh sisa penghasilan setelah dikurangi dengan konsumsi dan konsumsi adalah mengurangi atau menghabiskan nilai barang atau jasa (Nusbar,dalam Edial, 1989). Menurut Sajogo (dalam Edial (1989) penduduk itu dikatakan miskin apabila pendapatannya ekuivalen dengan 30 kg beras perbulan untuk daerah perkotaan. Karena penduduk Indonesia memerlukan 10 – 15 kg beras perorang perbulan dan 15 – 20 kg digunakan untuk menutupi kebutuhan atau biaya hidup lain, seperti lauk pauk, garam, minyak tanah, gula dan lain sebagainya (Kian Wie, dalam Edial 1989).

Maka dapat disimpulkan pendapatan adalah segala hasil kerja yang diperoleh oleh suatu kelompok dari berbagai hasil dan bentuk yang dapat dibagi atas lima kelompok yaitu golongan masyarakat yang berpenghasilan

sangat tinggi, berpenghasilan tinggi, berpenghasilan menengah, berpenghasilan rendah dan berpenghasilan sangat rendah. Jadi tingkat pendapatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tinggi atau rendahnya pendapatan yang diterima oleh responden yang berupa pendapatan bersih dalam satu bulan yang dihitung dalam rupiah.

7. Alasan Pemilihan Lokasi Usaha

Tarigan (2005:77) menyatakan teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (*spatial order*) dalam kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki lokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya dengan keberadaan berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial.

Model gravitasi adalah model yang paling banyak digunakan untuk melihat besarnya daya tarik dari suatu potensi yang berada pada suatu lokasi. Model ini sering digunakan untuk melihat kaitan potensi suatu lokasi dan besarnya wilayah pengaruh dari potensi tersebut. Model ini dapat digunakan untuk menentukan lokasi yang optimal suatu wilayah. Dasar pemikiran teori pengembangan wilayah adalah setiap kegiatan pasti terjadi dan mempunyai efek dalam sebuah ruang dan bukan dalam suatu titik yang statis (Budiono, 1994).

Dalam membuat rencana usaha, pemilihan lokasi adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Strategis berarti berurusan dengan atau terkait dengan tingkat prioritas yang lebih tinggi untuk

memenuhi tujuan organisasi yang telah ditentukan (<http://kamusbisnis.com/>), diakses 12 September 2012). Lokasi yang strategis dalam teori wirausaha ditafsirkan sebagai lokasi di mana banyak ada calon pembeli, dalam artian lokasi ini mudah dijangkau, gampang dilihat konsumen, dan lokasi yang banyak dilalui atau dihuni target konsumen yang berpotensi membeli produk atau jasa yang dijual. Lokasi seperti ini cocok untuk usaha perdagangan barang atau jasa yang harus berhubungan langsung dengan pelanggan. Itu sebabnya pasar, pusat pertokoan, atau pusat perbelanjaan menjadi lokasi-lokasi usaha perdagangan yang paling diincar orang.

<http://www.miswans.com>

Dalam strategi pemasaran, adanya pemilihan lokasi usaha yang strategis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. Begitu juga sebaliknya, jika lokasi usaha yang dipilih tidak strategis maka penjualan pun juga tidak akan terlalu bagus.

[http://www.suryapost.com/2010/10strategi-memilihlokasi usaha.html](http://www.suryapost.com/2010/10strategi-memilihlokasi_usaha.html)

Lokasi strategis dalam teori wirausaha ditafsirkan sebagai lokasi dimana banyak calon pembeli, dalam artian lokasi ini mudah dijangkau, gampang dilihat konsumen dan lokasi yang banyak dilalui atau dihuni target konsumen yang berpotensi membeli produk atau jasa yang dijual. Lokasi seperti ini cocok untuk usaha perdagangan barang atau jasa yang harus berhubungan langsung dengan pelanggan. Itu sebabnya pasar, pusat pertokoan, atau pusat

perbelanjaan menjadi lokasi-lokasi usaha perdagangan yang paling diincar orang. Para pemilik usaha tinggal mencari strategi untuk memancing lirikan mata mereka. Usaha-usaha yang sangat tergantung dari lokasi strategis misalnya: apotek, rumah makan, mini market, toko pakaian, juga salon kecantikan. (<http://arsipbisnis.wordpress.com/2008/09/06/lokasi-usaha/>).

Menurut Buchari (1992), memilih lokasi bisnis yang tepat adalah menentukan keberhasilan dan kegagalan bisnis buat masa depan. Untuk menetapkan lokasi bisnis ada dua langkah yang perlu ditetapkan, yaitu

- a. Menentukan masyarakat yang akan dilayani
- b. Memilih lokasi di sekitar masyarakat tersebut.

Untuk menentukan lokasi dalam masyarakat tertentu, maka perlu dipertimbangkan faktor-faktor berikut:

- a. Karakteristik demografis konsumen, yaitu keadaan/struktur penduduk berdasarkan usia, jenis kelamin, tempat tinggal dan sebagainya yang akan berpengaruh terhadap bentuk, mutu dan jumlah barang yang akan diproduksi dan dijual
- b. Kondisi ekonomi setempat
- c. Keadaan penduduk dan penghasilan
- d. Persaingan

Persaingan baik atau tidak baik bagi suatu usaha sangat tergantung kepada kemampuan pengusahanya. Banyak pusat-pusat perbelanjaan dibangun di negara kita dengan menempatkan banyak toko-toko baik yang sejenis maupun tidak, dan mereka sama-sama sukses dalam usahanya.

e. Iklim sosial dan perdagangan

Dalam memilih lingkungan masyarakat tertentu untuk mendirikan usaha bisnis, maka pengusaha juga mempertimbangkan, apakah di lingkungan tersebut baik pula dipakai untuk rumah tinggal. Faktor ini akan sangat menunjang keberhasilan usahanya. Dengan demikian mereka akan menampilkan diri secara lebih luas di masyarakat sekitarnya.

B. Penelitian yang Relevan

Syerli Dwi Syakli (2009) dalam penelitiannya yang berjudul “Fenomena Pasar Kaget dan Dampaknya terhadap Kehidupan Sosial Ekonomi Para Pedagang di Kota Payakumbuh. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa berkembangnya pasar kaget di Kota Payakumbuh di sebabkan oleh beberapa faktor yaitu: (1) lokasi yang strategis dan waktu yang menguntungkan bagi pedagang untuk berdagang, (2) perilaku pedagang yang tidak mengindahkan dengan peraturan yang berlaku bahwa berdagang di Pasar Atas Payakumbuh merupakan hal yang bertentangan dengan peraturan yang berlaku. Hal ini disebabkan kurangnya kesadaran pedagang untuk mentaati peraturan.

Frisman (2002) dalam penelitiannya yang berjudul Identifikasi Perilaku Pengunjung Kawasan Perdagangan Di Koridor Jalan Damar Padang menyatakan bahwa fasilitas perdagangan dalam melakukan kegiatan berbelanja pada dasarnya dipengaruhi oleh dua kondisi yaitu kondisi luar (eksternal) dan kondisi dalam (internal). Kondisi luar adalah pengaruh yang ditimbulkan oleh keadaan potensi dari tempat-tempat perbelanjaan seperti jarak tempuh, daya tarik lokasi, kelengkapan fasilitas dan sebagainya.

Sedangkan yang dimaksud kondisi dalam adalah rangsangan yang timbul dari keadaan individu melalui struktur mental dan sistem lainnya biasanya didekati dengan karakteristik tingkat pendapatan, pekerjaan dan waktu berbelanja.

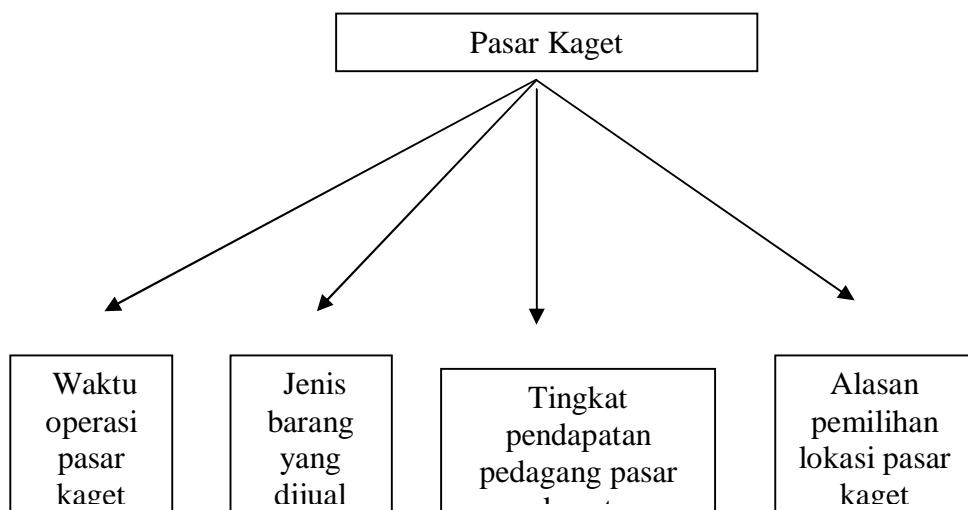
Bahkri (2002) dalam penelitiannya yang berjudul Perilaku Pedagang Kaki Lima Dalam Memilih Lokasi Berdagang menyatakan bahwa sebelum menata pedagang kaki lima maka perlu dilakukan pendekatan terhadap perilaku PKL dalam memilih lokasi berdagang sebagai bahan pertimbangan dan acuan dalam menata dan mengatur kegiatan PKL di kemudian hari.

Firna (2005) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Pemilihan Lokasi Berdagang dan Pemetaan Persebaran Pedagang Koran Eceran di Jalan Utama Kota Padang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi berdagang antara lain lokasi yang strategis dan kedekatan tempat tinggal dengan lokasi berdagang. Alasan mereka memilih lokasi tersebut karena memiliki tingkat keramaian yang tinggi, minat pembeli tinggi serta udah di jangkau oleh konsumen.

C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan kajian teori di atas selanjutnya disusun kerangka konseptual yang dapat menggambarkan, menjelaskan dan mengungkapkan variabel yang akan diteliti. Salah satu contoh kegiatan ekonomi pada sektor informal yang dilakukan adalah adanya pasar kaget yang berada di koridor By Pass kota Padang. Sekarang keadaan jauh berbeda karena jumlah pedagang pasar Kaget di koridor By Pass kota Padang meningkat.

Dari uraian diatas menjadi pedagang dipasar kaget terdapat aspek-aspek yang membuat mereka terjun menjadi pedagang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada skema kerangka konseptual berikut



Gambar I: Skema Kerangka Konseptual Karakteristik Pasar Kaget

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pasar kaget di koridor By Pass Kota Padang terdiri dari 3 pasar, yaitu Simpang Empat Pilakut By Pass, Simpang Empat Taratak Paneh By Pass dan Jalan Raya Kampung Lalang By Pass. Karakteristik pasar kaget didapatkan sebagai berikut:

1. Waktu operasi pasar kaget di koridor By Pass Padang umumnya dari jam 4 sore sampai 11 malam.
2. Jenis barang yang dijual di pasar kaget koridor By Pass Padang umumnya barang untuk kebutuhan tersier berupa pakaian, celana, sepatu, sandal, tas, kaset dan aksesoris (dompet, ikat pinggang, jam dan kaca mata), karena barang-barang tersebut mudah untuk dibawa.
3. Tingkat pendapatan pedagang pasar kaget di koridor By Pass umumnya Rp 100.000 – Rp 200.000/hari.
4. Alasan pedagang memilih lokasi pasar kaget di koridor By Pass ini adalah lokasi strategis, dekat dengan rumah dan akses transportasi lancar dari semua arah

B. Saran

Dari penelitian yang dilakukan, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada seluruh pemerintah, khususnya pengelola pasar dan aparat yang terkait di Kota Padang, semaksimal mungkin untuk berupaya dan mencari solusi yang terbaik bagi penyelesaian masalah pasar kaget di Kota Padang.
2. Kepada masyarakat, khususnya pedagang pasar kaget diharapkan kesadarannya untuk selalu mematuhi peraturan dan ketentuan yang telah ditetapkan agar terciptanya situasi yang tertib, nyaman diantara pedagang dan pengelola pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 1992. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Assauri, Sofjan.2001. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Raja Grafindo Persada.
- Bakri. 2002. *Perilaku Pedagang Kaki Lima dalam Memilih Lokasi Berdagang*. Tugas Akhir Program S-1, Universitas Negeri Padang. (tidak dipublikasikan).
- Damsar.1997. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Departemen Koperasi dan Usaha Kecil Menengah.
- Edial, Helvia. 1989. *Pengaruh Kualifikasi Pengrajin dan Pengusaha Terhadap Tingkat Pendapatannya pada Berbagai Industri Kecil di Kotamadya Bukittinggi*. Tesis, Program S-1, IKIP Padang.. (tidak dipublikasikan).
- Firna, Lolita. 2002. *Analisis Pemilihan Lokasi Berdagang dan Pemetaan Persebaran Pedagang Koran Eceran di Koridor Jalan Utama Kota Padang*. Padang: Tugas Akhir Program S-1, Universitas Negeri Padang. (tidak dipublikasikan).
- Frisman, 2002. *Identifikasi Perilaku Pengunjung Kawasan Perdagangan di Koridor Jalan Damar Padang*. Padang: Tugas Akhir Program S-1, Universitas Negeri Padang. (tidak dipublikasikan).
- Kurniadi, Harry. 1998. *Tingkat Pendapatan Pedagang Buah Musiman Pada Kaki Lima Sekitar Pasar Pembantu Kecamatan Padang Timur Kota Padang*. Padang: Tugas Akhir Program S-1, Universitas Negeri Padang. (tidak dipublikasikan).
- Kotler, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga
- Matthew B. Milles dan A.Michael Huberman. 1994. *Analisis Data Kualitatif*. Universitas Indonesia.
- Mawarti, Agus. 2010. *Perbandingan Profil Pedagang Kaki Lima Di Pasar Naggalo Dengan Pedagang Kaki Lima Pasar Ulak Karang*. Tugas Akhir Program S-1, Universitas Negeri Padang. (tidak dipublikasikan).
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.